

CONFÉDÉRATION NATIONALE DE LA BOULANGERIE ET DE LA BOULANGERIE PÂTISSERIE FRANÇAISE (C.N.B.P.F.)

Dominique ANRACT, Président de la CNBPF

**Auditionné par : Pierre Creuzet, Directeur fondateur Centre-Ville en Mouvement ;
Morgane Grillot, Chargée de Communication et des relations presse ;
Olivia Rouby, Chargée de mission**

PRÉSENTATION ET POINT SUR LA SITUATION ACTUELLE :

La Confédération représente 33 000 entreprises au total, faisant vivre l'artisanat et les petits commerces français.

- Faisant partie des commerces de première nécessité, les boulangers ont pu rester ouverts durant la totalité du confinement. Cependant, les habitudes des consommateurs ont changé durant cette période de crise, et les boulangers ont dû s'adapter.

En effet, toute vente de snacking, de pâtisserie ou de viennoiserie a été stoppée, car il n'y a plus de demandes du fait de la modification des habitudes du consommateur (fermeture des écoles, télé-travail..). On compte ainsi 40 à 60% de chiffre d'affaires en moins, ce qui est une véritable catastrophe pour les boulangers pâtisseries.

Etant donné leur statut de commerce de première nécessité, ils n'ont pas pu bénéficier du chômage partiel au début de la période de confinement. Ils sont cependant désormais éligibles à cette aide financière. Même si la situation s'améliore, la Confédération se bat pour sauver certains boulangers de la faillite, ces derniers ne bénéficiant pas suffisamment des aides que l'Etat et les banques proposent.

SOLUTIONS À METTRE EN PLACE POUR UN DÉCONFINEMENT EFFICACE :

- **Donner envie aux Français de consommer** : Les boulangers participent à égayer la journée de leurs clients. En période de crise, il est important que la clientèle puisse compter sur les petits artisans pour garder un contact humain et chaleureux. Ces commerces de proximité offrent un circuit court : le pain passé au four ne peut être contaminé par des bactéries, et très peu de personnes touchent les produits.
- **Permettre la reprise des écoles et du rythme de travail « hors les murs »** : Les boulangers comptent notamment beaucoup sur la reprise de l'école après le 11 mai et les jours qui suivent pour améliorer leur chiffre d'affaires : en vendant aux gens qui viennent travailler des snackings, et aussi des viennoiseries, des pâtisseries souvent achetées par les parents à la sortie de l'école.

- Continuer à proposer des kits sanitaires (déjà disponibles durant la crise H1N1, le plan de continuation est mis en place), notamment dans les zones où la contamination est élevée, afin d'aider les boulangers à se protéger et à protéger les consommateurs de la meilleure manière possible.
- **Respecter les mesures sanitaires** : Les boulangers devront, même après reprise d'une activité plus intense, respecter les mesures de distanciation, d'une part entre vendeur et client, mais également entre employés. En effet, il restera primordial d'avoir le moins de contact possible, pour éviter toute contamination.
- Privilégier le développement du digital dans le domaine artisanal. En effet, cette crise sanitaire et économique nous a permis de mettre en lumière que le digital n'était pas assez exploité par les petits commerçants, et qu'il s'agissait d'une opportunité de taille pour concurrencer les grandes surfaces et trouver une nouvelle clientèle, et ainsi survivre à la crise.
- Mettre en place des cellules de soutien pour les chefs d'entreprise. En effet, de nombreux chefs d'entreprise, notamment pour les petites et moyennes entreprises, se sont retrouvés démunis face à une perte colossale de chiffre d'affaires, sans soutien psychologique, pratique, ou financier. Etant donné que déconfinement ne signifiera pas la fin de la crise, il faudra continuer de leur fournir une aide, quelle qu'elle soit, afin d'éviter le déclin psychologique ou physique des artisans boulangers.
- Rester attentifs aux futurs apprentis. En effet, si les entreprises se portent mal, il y a peu de chance qu'elles puissent se permettre d'embaucher des apprentis. Le danger est de causer ainsi un encombrement aux portes de sorties pour ces jeunes apprentis, ne pouvant pas trouver de CDI à l'issue de leurs études. Avant la crise, le taux d'apprentis avait augmenté de 7% en général.

« Les boulangers sont les ambassadeurs de la bonne humeur, et d'un monde qui va aller mieux demain. Avant la crise, 12 millions de clients venaient dans les boulangeries au quotidien. C'est un véritable lieu de lien social. »